

ODPOWIEDZIALNOŚĆ I REGULACJE W KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ PRODUKTÓW KOSMETYCZNYCH



PRIORYTET:

Priorytetem europejskiej branży kosmetyków i produktów higieny osobistej jest zapewnianie najwyższych standardów dostarczania informacji konsumenckiej, w szczególności w zakresie oświadczeń marketingowych i reklamy.

CEL:

Naszym celem jest dostarczanie konsumentom zgodnych z prawem, prawdziwych, rzetelnych, uczciwych i bazujących na dowodach informacji, dzięki którym będą oni mogli dokonywać świadomego wyboru produktów najlepiej odpowiadających ich potrzebom i oczekiwaniom.

JAK DZIAŁAMY:

STOSUJEMY SIĘ DO WŁAŚCIWYCH PRZEPISÓW EUROPEJSKICH I KRAJOWYCH



PRZEPISÓW WERTYKALNYCH dotyczących bezpośrednio kosmetyków

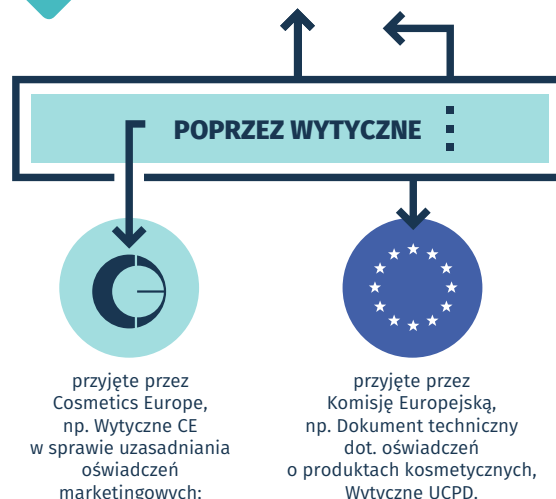
Europejskie rozporządzenie dotyczące produktów kosmetycznych (nr 1223/2009)
Rozporządzenie Komisji w sprawie wspólnych kryteriów dla oświadczeń stosowanych w związku z produktami kosmetycznymi (nr 655/2013)



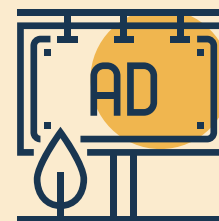
PRZEPISÓW HORYZONTALNYCH

Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych (UCPD)
Dyrektywa dotycząca reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej (MCAD)

**WSPIERAMY I TWO-
RZYMY WARUNKI
DLA REALIZACJI
PRZEPISÓW**



SAMOREGULUJEMY SIĘ



Karta i zasady przewodnie dotyczące odpowiedzialnej reklamy i komunikacji marketingowej (C&PG)

Wspólne podstawy dla reklamy i marketingu kosmetyków w Europie w celu jeszcze lepszej ochrony konsumentów przed wprowadzającymi w błąd informacjami:

- szacunek dla człowieka, obrazu ciała i godności ludzkiej;
- uznanie wpływu reklamy na grupy wrażliwe, w tym dzieci i nastolatki;
- uznanie wpływu nowych technologii i związanych z nimi trendów społecznych, zwłaszcza w takich obszarach, jak uczciwość wizerunkowa, rekomendacje (testymonia) oraz rekomendacje influencerów, specjalistów i konsumentów;
- odpowiedzialność w promowaniu korzyści środowiskowych produktów kosmetycznych.

**KOMPLEKSOWE
RAMY, które:**

www.kosmetyczni.pl
www.cosmeticseurope.eu

- ✓ chronią konsumentów;
- ✓ umożliwiają firmom uczciwą konkurencję;
- ✓ uwzględniają różnorodność kulturową i językową w Europie;

- ✓ pozostawiają przestrzeń na niezbędne dostosowania do rynków krajowych, postępu naukowego, zmian wymagań konsumentów, trendów i mody.



Polski Związek
Przemysłu Kosmetycznego



Cosmetics Europe
the personal care association